

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Memasuki era globalisasi kondisi perekonomian saat ini mengalami persaingan yang ketat antar perusahaan termasuk juga pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman. Industri Makanan dan Minuman merupakan salah satu sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Industri makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya, hal ini terlihat dari semakin bertambahnya perusahaan sektor industri makanan dan minuman di Indonesia khususnya sejak memasuki era krisis berkepanjangan.

Sepanjang tahun 2016, pertumbuhan nilai industri makanan dan minuman lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan. Investasi di bidang ini pun diharapkan melewati Rp 50 triliun atau meningkat 16 persen dari tahun 2015 sebesar Rp 43 triliun sehingga membuka peluang besar bagi industri bahan baku makanan dan minuman. Saat ini industri makanan dan minuman adalah sektor dengan kontribusi terbesar ekonomi Indonesia, yaitu 5,5 persen produk domestik bruto nasional dan 31 persen produk domestik bruto industri pengolahan nonmigas (sumber: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil>).

Kondisi inilah yang membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas nilai perusahaannya,

dan untuk menghadapi persaingan tersebut setiap perusahaan berusaha menjaga nilai ekonomis perusahaan dengan meningkatkan kinerjanya agar tujuan dari perusahaan itu sendiri dapat tercapai. Dalam hal ini manajemen keuangan berperan penting dalam bagaimana cara menciptakan dan menjaga nilai ekonomis atau kekayaan, dalam mengambil keputusan perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan kekayaan dan memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga dalam melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk memaksimalkan laba, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemegang saham serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan mengembangkan usahanya dapat tercapai.

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan merupakan faktor yang sangat penting karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Apabila nilai perusahaan semakin baik maka perusahaan akan dipandang baik oleh calon investor begitupun sebaliknya nilai pemegang saham akan meningkat jika nilai perusahaan meningkat, yang ditandai dengan tingkat pengambilan investasi yang tinggi

kepada pemegang saham. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan struktur modal.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Sartono, 2001). Suatu perusahaan agar dapat melangsungkan aktivitas operasionalnya maka harus berada dalam kondisi yang menguntungkan, karena jika perusahaan tidak dalam kondisi yang menguntungkan akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka pemegang saham akan meningkat, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya (Harahap, 2008). Penjualan merupakan salah satu faktor yang penting untuk menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan mendapatkan dana untuk berkembang dan mencapai tujuannya selain dari hutang dan modal sendiri, juga dari penjualan produk perusahaan baik berupa barang atau jasa, sehingga perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi maka akan menarik perhatian investor dan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri.

Struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan. Struktur modal yang optimal suatu perusahaan adalah kombinasi dari hutang dan ekuitas yang memaksimalkan harga saham perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. *Trade of Theory* menjelaskan

bahwa bila posisi struktur modal berada di bawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, setiap jika posisi struktur modal berada di atas titik optimal maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan.

Menurut Hermuningsih (2012) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal mampu menjadi mediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Wulandari (2013) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal tidak dapat menjadi mediasi antara hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Menurut Astuti (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap struktur modal, dan struktur modal tidak dapat menjadi mediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan maupun pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Dwijayanti (2017) profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal, sehingga struktur modal tidak dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan namun strukturmodal mampu menjadi mediasi antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Musabbihan dan Purnawati (2018) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, maka struktur modal dikatakan dapat menjadi mediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pada uraian permasalahan di atas, maka judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hermuningsih (2012) namun dengan mengganti variabel didalamnya serta merubah objek penelitian yaitu pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012 – 2019.

**B. Batasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2019
2. Penelitian ini mengelompokkan variabel menjadi tiga yaitu variabel dependen yang digunakan ialah nilai perusahaan, variabel independen profitabilitas dan pertumbuhan penjualan, dan variabel intervening ialah struktur modal.

**C. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Struktur Modal?
5. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Struktur Modal?

**D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji seberapa besar Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal.

5. Untuk menguji seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dalam ilmu pengetahuan manajemen keuangan khususnya mengenai pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening,

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.